

image not found or type unknown



Тема эссе «Виды поисковых систем в России» интересует меня, так как она является в наше время очень актуальной и интересной. История развития Российского интернета официально ведет отсчет с 1994 года. Именно тогда была зарегистрирована доменная зона .ru, и начали появляться первые сайты, многие из которых впоследствии выросли в популярные порталы. Начнем с того что же вообще представляет собой поисковая система. Поисковая система - это сайт, который осуществляет поиск ответа на запрос пользователя по всем известным данной системе сайтам. Все поисковые системы используют собственные алгоритмы построения списка сайтов, содержащих по мнению поисковика ответ на запрос пользователя. Помимо алгоритмов поисковая система использует в работе роботов, которые индексируют сайты, изображения, проверяют доступность сайтов и пр.

Поиск может осуществляться не только по текстовому запросу, вводимому в строку поиска, но, например и по картинке или голосовому сообщению.

Довольно долгое время понятие поиск просто не существовало. Большинство нужных сайтов можно было сохранить в закладках браузера, а для остальных существовали каталоги, где все ссылки были сгруппированы по нескольким основным категориям. Первым таким каталогом стал проект Russia on the Net (<http://www.ru>), чуть позже появились DMOZ, Yahoo и Яндекс.Каталог. Однако с течением времени количество пользователей сети интернет увеличивалось, больше становилось и число сайтов, созданных для того чтобы эти пользователи могли их посещать и получать нужную им информацию.

Постепенно базы данных каталогов выросли настолько, что найти что-либо вручную стало очень сложно. Тогда и появилась идея автоматизировать процесс поиска и создать для этого специализированный интерактивный сервис.

Итак рассмотрим какие же виды поисковых систем существуют:

- Национальные поисковые системы
Разрабатываются изначально для поиска сайтов внутри конкретной страны, т.е. для внутреннего рынка. Большинство из них постепенно вышли за рамки своего государства, но при этом не перешли в разряд транснациональных.

Пример национальных поисковых систем: Yandex (rus), Mail.ru (rus), Спутник (государственная поисковая система в России), Cade (br), Alcanseek (cn), Alexa (us), Anzwers (au), ...

- Транснациональные поисковые системы
Осуществляют поиск ответа на запрос пользователя по сайтам всех стран, независимо от их доменной зоны и страны нахождения.

Пример транснациональных поисковиков: Google, Baidu, Yahoo!, Bing.

Поисковая система Rambler - появилась в 1996 году и стала одна из первых поисковых систем в России. Вплоть до 2000 года оставалась самой популярной поисковой системой, но впоследствии поисковик стал проигрывать конкуренцию Яндекс и доля рынка на данный момент сократилась до 1-3% от рынка.

Особенности системы

«Рамблер» — одна из самых медленных систем в плане апдейта информации. Пересчёт базы происходит примерно раз в две недели. С другой стороны, именно «под Рамблер» мало кто «затачивает» своё продвижение — и потому добиться первых позиций в нём относительно легко. Эта поисковая система уделяет много внимания контент-составляющей и внутренней перелинковке, то есть требует от вашего сайта информативности (или кажущейся информативности). По уровню релевантности выдачи показатели несколько хуже, чем у других популярных систем. По данным LiveInternet.ru, доля «Рамблера» на рынке поисковых систем составляет около 4,5% пользователей, что почти в десять раз меньше, чем у Яндекса.

Справедливости ради «Рамблер» уже сложно назвать поисковой системой, поскольку она не работает по своим алгоритмам. Свое существование как поисковик она прекратила еще в 2011 году, но многие россияне до сих пор используют портал в качестве поисковой системы, только не все знают, что работает он благодаря «Яндексу».

Mail.ru — русскоязычный интернет-портал, принадлежащий технологической компании Mail.ru Group.

Решение о развитии сайта почтовой службы Mail.ru в направлении портала было принято в начале 1998 года. Основатели и собственники сервиса вдохновились примером компании Yahoo!, предоставившей на одном сайте службу электронной почты, каталог интернет-ресурсов и информационные разделы. Собственно,

история Майл.ру и начиналась с одного из таких сервисов — предоставления всем желающим бесплатных почтовых ящиков с окончанием @mail.ru. Это уже потом, получив огромную популярность и вкусив плодов славы и больших денег, компания начала превращаться в мега-портал.

Сейчас ей принадлежат такие монстры, как «Одноклассники» и «Мой мир», Афиша, «Вопросы и ответы», Облако@Майл.ру, Агент, Майл Деньги — в общей сумме около 40 крупнейших сервисов в рунете, среди которых затесался и поиск.

Поисковая система Mail.ru - является 3 по популярности в России на сегодняшний момент и захватывает от 3 до 5% рынка. Что касается алгоритмов ранжирования поисковой системы можно выделить отдельный сервис - Вебмастер от Маила, который можно использовать для продвижения в данном поисковике.

Принцип работы «Поиск@Mail.Ru» В 2013 году появилась технология «ручного» механизма ранжирования. Оптимизаторы получили возможность самостоятельно добавлять запрос или документ для индексирования в систему. Такой способ продвижения ресурсов помог им качественно и органически встраиваться в выдачу.

Крупнейшей поисковой системой на данный момент в России является Яндекс.

Появление этого поисковика на рынке очень хорошо иллюстрирует ситуацию в стране в то время, когда он начал приобретать современные очертания. Недаром Яндекс называют зеркалом Рунета – по-видимому, это определение можно расширить и на объективную реальность.

Развитие компании в чем-то очень схоже с эволюцией всего общества, так что в какой-то степени национальный лидер – это зеркало всей страны конца 20-го века.

Для того чтобы проиллюстрировать такое смелое утверждение обратимся вкратце к истории возникновения компании и поискового движка Яндекс.

Времена после перестройки характеризуются серьезной переоценкой ценностей наиболее активной частью общества и появлением на политической и деловой арене новых энергичных людей, объединенных главной в их жизни идеей: модернизировать условия существования себя и своей страны с целью обеспечения достойного уровня жизни для всех, кто разделяет их убеждения.

Одним из корифеев той эпохи является Аркадий Волож, который сумел объединить вокруг себя лучших специалистов-трудооголиков, заложивших основу будущей

поисковой системы.

Яндекс, наверное, никогда не стал бы зеркалом Рунета, если бы не потрясающее чутье Аркадия Воложа, который сумел разглядеть главную перспективу того времени именно в построении российского поисковика.

Для реализации своей идеи он сумел перенаправить в этот проект финансовые потоки, образовывавшиеся от бартерных сделок по обмену партий импортируемых в нашу страну компьютеров в обмен на эшелоны кубанских тыквенных семечек.

Конечно, большие проекты не делаются без команды единомышленников. И тут основателю Яндекса повезло – он сумел привлечь на свою сторону талантливую и подававшего очень большие надежды физика Илью Сегаловича, с которым он был знаком еще со школьной скамьи.

Трудно сказать, что явилось последней каплей, перевесившей для будущего великого ученого все перспективы блестящей научной карьеры. Очень может быть, что решающую роль сыграла настоящая одержимость и талант убеждения бессменного директора Яндекса, но Илья стал техническим директором компании и внес неоценимый вклад в ее развитие.

Именно он стал автором названия и логотипа, который сейчас известен всем, кто хоть раз заходил в интернет. Сегалович увлекся идеей морфологического анализа фраз на русском языке и возможностью классификации текстов на основе правил построения грамматических конструкций.

В результате появилось выражение «Yet another index» – «еще один индекс», которое в сокращенном варианте с легкой руки основателей поисковой машины стало словом Yandex. В дальнейшем, чтобы подчеркнуть основное предназначение поисковой машины – искать в русскоязычном сегменте интернета – логотип преобразовали в Яндекс.

Илья Сегалович посвятил всю свою жизнь становлению и развитию этого проекта. К сожалению, в 2013 году его не стало, но дело его живет, Яндекс наращивает свое превосходство над конкурентами, постоянно совершенствуя алгоритм поиска, основы которого заложил его покойный директор по технологиям и разработке.

В рейтинге основных российских поисковых систем первое место занимает именно «Яндекс». Это российская транснациональная компания, которая зарегистрирована в Нидерландах. Она имеет одноименную поисковую систему, интернет-портал,

службы в нескольких странах. В конце 2018 года рейтинг Alexa поставил «Яндекс» на 21-е место в мире и первое - в России. Впервые система начала работать в 1997 году. Спустя 3 года решено было создать самостоятельную компанию. Активнее всего система развивается в России, Турции, Белоруссии и Казахстане. Ранее была популярна в Украине, до того как ее заблокировали на территории страны. Принцип работы Yandex Российская поисковая система позволяет использовать много языков для поиска, в частности, русский, татарский, украинский, белорусский и пр. По умолчанию «Яндекс» выводит 10 результатов на каждой странице выдачи, но это можно настраивать. Как и в любом поисковике, в этом периодически меняется алгоритм выдачи. Отсюда происходят изменения в ранжировании: некоторые сайты могут менять свое местоположение в топе выдачи. Специалисты утверждают, что не всегда изменения полезны. Последнее крупное изменение состоялось в 2010 году. Тогда заработала новая технология, которая учитывала потребности, которые явно не были сформулированы в запросе пользователя. Например, если вы ищите «Пушкина», поисковик выдаст вам и его биографию, и произведения и даже фильмы с таким названием. В свое время «Яндекс» указал на ограничения, при которых он не будет индексировать сайт. Одним из наиболее весомых требований было к уникальности контента

Что можно сказать о поисковых системах в России, в мировом интернете. Самые популярные из них у всех на слуху и прочно удерживают свои места в глобальном рейтинге удобных сервисов по предоставлению поиска для интернет-пользователей. Главная задача поисковой машины – дать ответ на запрос пользователя. Ответ должен быть четким и актуальным, иначе пользователь уйдет в другие системы, даже несмотря на невысокую конкуренцию в этой отрасли. Пользователи хотят получать быстрые и адекватные ответы на свои запросы. Поэтому современная поисковая система должна учитывать не только характеристики известных ей сайтов, но и предпочтения, особенности поведения и географическое положение каждого своего клиента.

Для этого алгоритмы поиска должны обладать элементами искусственного интеллекта и уметь самостоятельно обучаться в процессе своей работы. Очевидно, что для написания такого движка нужен большой коллектив программистов высочайшего класса.

Возьмем к примеру Яндекс. Здесь можно найти практически все, но он в большей степени ориентирован на русскоязычные сайты. То есть если вы ищите информацию на русском языке про русского писателя, другого источника точно не надо. А вот если требуется статья на английском, уже стоит обратиться к Google

или Bing. То же самое можно сказать и про иностранные видео и новости. Их вдоволь в одноименных разделах этих поисковых систем.

Майл и Рамблер похожи по результатам выдачи на Яндекс, но найти здесь то, чего нет в главном поисковике Рунета, получится в очень редких случаях. В то же время Майл можно использовать для поиска в сервисе «Ответы», где зачастую находится нужная информация.